



公取協ニュース

No.63
29.2.20

編集・発行

一般社団法人 自動車公正取引協議会

〒100-0014 東京都千代田区永田町1-11-30 サウスヒル永田町4F

TEL 03-5511-2111(代表) FAX 03-5511-2112

目次

消費者の誤認防止を図るため「自動運転機能の表示に関する規約運用の考え方」を策定しました…… 1～2	お店の表示、大丈夫ですか？ 店頭を表示を点検しましょう!! …………… 5
会員PR動画の再生回数が21.5万回を超えました FacebookによるPRも実施しています ……………2	広告作成に関する相談、受け付けています …………… 6
「規約マニュアル」及び「広告宣伝マニュアル」を作成 ブロック単位で研修会を開催いたします …………… 3	キャンセルに関する相談が増加しています …………… 7
エコカー減税対象車告知の際の留意点について … 3	YouTube動画による会員店PRを実施しています …8
軽未使用車や中古車の不当な表示・ 不適切な販売方法について …………… 4～5	オークション、情報誌の走行距離表示が 規約に準拠した表示に統一されました ……………8

消費者の誤認防止を図るため「自動運転機能の表示に関する規約運用の考え方」を策定しました

現在、自動運転技術の実用化に向けた研究開発が進められるとともに、政府においても法整備をはじめ社会の受容性を確保するための検討が行われています。自動車メーカーもテレビCM等を通じてその技術力をアピールするようになっていますが、その一方で、消費者からは「完全自動運転が実用化された技術であるかのように勘違いされる」等の批判的な意見も寄せられています。また、昨年5月、アメリカで発生した自動運転機能作動中の車両の事故を受け、国土交通省及び警察庁は消費者向けに注意喚起を行うとともに、自工会及び輸入組合に対し、「自動車の販売時等の機会を捉え、ユーザーに十分説明すること」を要請しました。

こうした状況を踏まえ、当協議会は、

- ①販売活動の第一歩である広告宣伝において、自動運転機能に関する消費者への適切な情報提供が行われることを促進する
- ②自動運転機能について、実際のものより優良であるかのように消費者を誤認（過信）させ、誤使用による交通事故を誘発するおそれのある広告表示を防止する

といった目的のもと、「自動運転機能の表示に関する規約運用の考え方」を策定しました。

会員事業者の皆様におかれましては、本運用の考え方に基づき適正な表示を行うとともに、自動車の販売・商談時にはカタログやツール等を活用し、消費者に適切な説明を行って下さい。なお、この考え方は今後の技術開発・普及状況をみながら、必要に応じて見直し等を行う予定です。

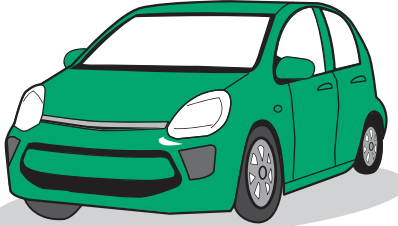
以下に表示方法の一部をご紹介しますが、運用の考え方や媒体毎の表示方法等、詳細については当協議会のホームページをご覧ください。

<規約運用の考え方のポイント>

- 1) 自動運転機能について表示する場合は、自動運転機能の限界や注意点を別途定める方法により表示する。
- 2) 自動運転機能の作動範囲等に限定を伴う場合は、自動運転機能の表示と一体で表示する。

- 3) ドライバーが運転操作を行わなくても安全に走行できるように誤認される映像表現は行わない。
- 4) 実用化されていない機能について、実用化されている機能であるかのように誤認されるおそれのある映像表現や表示は行わない。
- 5) 実際のもの又は競争関係にある他の事業者のものよりも著しく優良であると誤認されるおそれのある映像表現や表示は、不当表示とする。

■新聞・チラシ等の表示例



高速道路同一車線自動運転技術

●●●●※搭載!

※●●●●は、高速道路での車線や前走車との車間距離の維持、前走車に合わせた加速・減速・停止等を行います。

<ご注意>

●●●●は高速道路で使用して下さい。本機能はドライバーの運転操作支援が目的であり、完全自動運転システムではありません。悪天候時には作動しない場合がある等機能には限界があります。周囲の状況に注意し、常に安全運転を心掛けて下さい。

<表示のポイント>

- ・自動運転機能の表示に近接した箇所に一体として視認・認識できるように表示すること
- ・文字の大きさは8ポイント以上で表示すること(やむを得ず近接した箇所に一体で表示できない場合は12ポイント以上)
- ・強調表示と同一、又は著しく異ならない程度の大きさで表示すること(最低でも強調文字の3分の1以上)
- ・文字間及び行間の余白を空けるとともに、背景の色とは対照的な色の組み合わせにすること等により、視認性を確保すること

詳細はホームページでご確認ください。

・URL http://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc_info/aftcinfo_201612_1.pdf

会員PR動画の再生回数が21.5万回を超えました FacebookによるPRも実施しています

当協議会は、公取協会員店を消費者にPRするため、昨年度から動画投稿サイトYouTubeに、消費者から相談の多い事例を基に4本の動画を作成し公開、また、動画再生を誘導するバナー広告を掲載するなどしておりますが、これまでの動画再生回数が合計で約21.5万回となりました(平成29年1月10日時点)。

さらに、2016年11月からはソーシャルネットワークワーキングサービス(SNS)のひとつ、FacebookによるPR活動を新たにスタートさせています。今後、新しくリリースした情報や新車・中古車のトラブルに対する考え方などを発信していく予定です。会員の皆様もぜひご覧ください。



YouTube → <https://www.youtube.com/channel/UCSL6llokiJ6LcWuK7p7dPNQ>

Facebook → <https://www.facebook.com/aftcJP/>

「規約マニュアル」及び「広告宣伝マニュアル」を作成 ブロック単位で研修会を開催いたします

昨年行われた施行規則の改正や規約運用の考え方の策定を踏まえ、新車・中古車の規約マニュアルを、また、定期的に実施している新聞・チラシ広告の調査結果を踏まえ、新車・中古車の広告宣伝マニュアルをそれぞれ作成いたしました。

今後、関係団体等を通じて広く頒布するとともに、会員ディーラーや広告代理店の皆様を対象とした研修会を2月以降、全国各地で開催してまいります。会員ディーラーの皆様におかれましては、表示管理体制の整備のためにも、ぜひ受講するようにしてください。

また、会員事業者の表示管理体制整備の一環として実施する広告代理店を対象とした研修では、安心して広告作成を依頼できる目安となる「広告表示管理者研修受講証」を受講者に発行いたしますので、普段取引のある広告代理店への呼びかけをお願いいたします。

日時	開催地		
2/17 (金)	松山	自動車公正競争規約全般に関する研修	13:00~14:00
2/23 (木)	名古屋	新車の広告宣伝に関する研修	14:15~15:30
3/2 (木)	東京・米子	中古車の広告宣伝に関する研修	15:45~17:00
3/3 (金)	広島・福岡		
3/9 (木)	札幌・大阪		
3/10 (金)	仙台・金沢		

研修会の開催日程等、詳細につきましては、当協議会のホームページ「新着情報」でご確認ください。
<URL http://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/koukoku_h2901_02.pdf>

- 規約マニュアル** → 新車・中古車 各会員1,000円、非会員2,000円 (いずれも税込)
規約 (表示・景品) 全般について、具体的表示例等を交えて解説しています。
- 広告宣伝マニュアル** → 新車・中古車 各会員500円、非会員1,000円 (いずれも税込)
最近の広告で見られた問題点と考え方、正しい表示例等を紹介しています。

エコカー減税対象車告知の際の留意点について

2017年度税制改正大綱では、エコカー減税を2年延長し、新たな燃費区分を新設して対象車を絞り込む旨がまとめられています。広告宣伝においても新たに減税対象車となる車両についての告知が行われることが予想されますが、改正決定前にエコカー減税について表示する場合には、4月以降の減税も踏まえ、消費者の誤解やトラブルが発生することのないよう、十分に配慮してください。

【店頭や広告等において告知する際の留意点】

エコカー減税の基準切替え (対象車や減税率の変更) が決定していないにもかかわらず、あたかも決定したかのような表示は行わないこと。また、エコカー減税の基準切替え (対象車や減税率の変更) や適用期限の延長が決定した後、「税制改正前の購入がお得である」旨を断定的に表示する等、取引条件について、実際より有利であるかのように誤認されるおそれのある表示は行わないこと。

問題となるおそれのある表示例

<エコカー減税の基準切替え等が決定前>

- ・エコカー減税新基準導入決定！！●▲を購入するなら、今がチャンス！！

<エコカー減税の基準切替え等が決定後>

- ・●▲を購入するなら税制改正前の今が絶対お得！！

詳細については、当協議会のホームページでご確認ください。

<URL → http://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc_info/aftcinfo_201702_1.pdf>

軽未使用車や中古車の不当な表示・不適切な販売方法について

～消費者の信頼を裏切るような表示は、絶対に行わないでください～

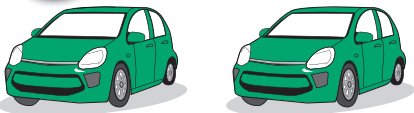
当協議会は、軽自動車の届出済未使用車や中古車の販売に関する適正な表示・販売方法について、これまで周知活動を行ってまいりましたが、未だに「不当な表示」や「不適切な販売方法」により、消費者の信頼を失いかねないようなものが、一部の事業者において見受けられます。

会員の皆様におかれましては、このようなことが行われることのないよう、適正な表示・販売を行って下さい。

問題となる表示・販売方法の例(1)…表示した車両価格では販売しない

チラシ広告では…

軽 届出済未使用車
日替目玉車10連発!

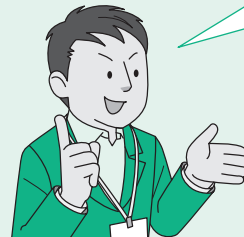


69.8万円 79.8万円

問題点

車両のみで購入できるかのように表示している

店頭では…



20万円の乗出しパックの購入が条件となります

問題点

パック商品の購入を条件としている(条件としているがその費用を販売価格に含めず表示している)

基本、乗出しパックを購入いただくこととなります。社内のルールですので…

問題点

パック商品の購入が条件であるかのように説明し、半ば強制的に購入させている



正しい表示のポイント

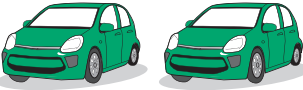
- 「販売価格(現金価格)」の表示は、店頭において車両を引き渡す場合の消費税を含めた現金価格を表示する必要があります
- パック商品付きでなければ販売しない場合は、当該パック商品等の価格を現金価格(車両価格)に含めて表示すること

問題となる表示・販売方法の例(2)…まやかしのオプションプレゼント

チラシ広告では…

届出済未使用車ご成約者に
3大プレゼント!

カーナビ・ETC・スタッドレス



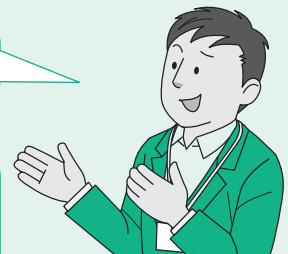
69.8万円 79.8万円

店頭では…

掲載車両はプレゼント対象外なんですよ

問題点

掲載車両がプレゼント対象車であるかのように表示している



正しい表示のポイント

- 特典等を提供する対象は、キャッチコピー等で明瞭に表示すること
- 併せて、広告(紙面)上においても、枠で区切る、マークを付けるなどして、対象となるものが一目でわかるよう明確に表示すること

問題となる表示例(3)…実際には販売できない価格を広告掲載

プライスカードにおける表示では…

- ◆定期点検整備の有無を表示していない
- ◆「保証なし」と表示

現金価格
79.8万円

<p>●定期点検整備の有無</p> <p><input type="checkbox"/> 定期点検整備あり *「点検整備記録簿」が交付されます。 <input type="checkbox"/> 整備費用は価格に含まず (□整備済み □納車時までに整備実施)</p> <p><input type="checkbox"/> 別途整備費用【 円】申し受けます (納車時までに整備実施)</p> <p><input type="checkbox"/> 定期点検整備なし <input type="checkbox"/> 要整備箇所があります *車両状態を表示した書類にて、 部位・状態をご確認ください。</p>	<p>●保証の有無</p> <p><input type="checkbox"/> 保証付 保証費用は価格に 含まず ●保証内容 *詳しくは保証にお知らせ下さい。 【 月 日 年】</p> <p>●保証期間・保証走行距離 【 月 日 年】</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 保証なし 【 月 日 年】</p>
---	---

広告における表示では…

- ◆定期点検整備、保証の有無を表示していない

自社在庫5,000台
中古車は自社在庫豊富な当社へ!

限定1台


リ済別

修復歴なし

車台番号726

79.8万円

チヨダS
ナビ、TV、ETC



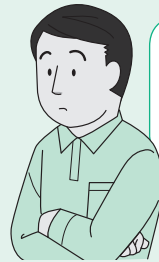
購入の際は、保証と定期点検整備の費用が別途必要となります



注文書

車両本体	798,000円
保証費用	▲▲,▲▲▲円
整備費用	▲▲,▲▲▲円
合計	▲▲万円

えっ、79.8万円では買えないの？
安いなと思ったのに…



問題点

保証を付けなければ、また、定期点検整備を実施しなければ販売しない旨を説明し、販売価格とは別に保証費用、定期点検整備費用を請求している

正しい表示のポイント

販売価格(現金価格)は、店頭において車両を引き渡す場合の消費税を含めた現金価格を表示する必要があります。したがって、保証を付けなければ、あるいは、定期点検整備を実施しなければ販売しない場合は、保証費用や定期点検整備費用を販売価格(現金価格)に含めた上で、次のように表示して下さい。

<プライスボードにおける表示例>

現金価格
82.8万円

<p>●定期点検整備の有無</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 定期点検整備あり *「点検整備記録簿」が交付されます。 <input checked="" type="checkbox"/> 整備費用は価格に含まず (□整備済み □納車時までに整備実施)</p> <p><input type="checkbox"/> 別途整備費用【 円】申し受けます (納車時までに整備実施) *お見積りに際により費用を別途お見積りすることになります。詳しくは保証までお知らせ下さい。</p> <p><input type="checkbox"/> 定期点検整備なし <input type="checkbox"/> 要整備箇所があります *車両状態を表示した書類にて、 部位・状態をご確認ください。</p>	<p>●保証の有無</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 保証付 保証費用は価格に 含まず ●保証内容 *詳しくは保証にお知らせ下さい。 【 月 日 年】</p> <p>●保証期間・保証走行距離 【 月 日 年】</p> <p><input type="checkbox"/> 保証なし 【 月 日 年】</p>
---	---

<広告における表示例>

自社在庫5,000台 中古車は自社在庫豊富な当社へ!

保証付(部分保証)
3ヶ月又は3千km

チヨダS
ナビ、TV、ETC


リ済別

修復歴なし

車台番号726

82.8万円

初年度登録:H26年
走行距離:15,000km
車検:29年12月
定期点検整備あり
(納車時・価格に整備費用含む)



お店の表示、大丈夫ですか？ 店頭を表示を点検しましょう!!

公取協職員が、毎年会員販売店を訪問し、店頭での表示状況を確認しています。が、中古車については、「プライスボードの修復歴欄の有無に○(マル)の記入を忘れている」、「注文書の走行距離欄が未記入になっている」等の表示漏れが見受けられます。

修復歴や走行距離数は中古車を販売するうえで非常に重要な情報です。記入漏れがないよう、日ごろからお店の表示状況を確認するよう心がけましょう。

その際には、当協議会のホームページに店頭及び広告表示のチェックリストが掲載されていますので、ダウンロードしてご利用ください。 URL → <http://www.aftc.or.jp/contents/am/press.html>

広告作成に関する相談、受け付けています

～平成28年度上半期（4月～9月）、約950件の相談が寄せられています～

当協議会では、会員事業者や広告代理店、新聞社、情報誌社などの広告関係事業者から、新聞・チラシ広告、テレビCM等の広告作成に関する相談を受け付けています。

平成28年度上半期（4～9月）の全体の相談受付件数は計943件で、その内訳は新車関係447件、中古車関係454件、その他42件となっており、対前年同期比では27件減（新車関係15件減、中古車関係8件増、その他10件増）となっています。

新車の表示関係では、『価格表示』に関する問い合わせが最も多く、個人リース料金の表示方法や車両の価格帯の表示方法、試乗車への価格表示に関する相談が見受けられました。また、ASV技術や燃費の表示方法、「価格を店頭発表」とする広告の可否に関する相談も目立ちます。

中古車の表示関係も新車と同様、『価格表示』に関する問い合わせが多く、支払総額の表示方法や割賦販売価格の表示方法についての相談が目立ちました。その他、安さを訴求する広告の可否や諸費用についての考え方等の相談が寄せられています。

広告の作成に際し、不明な点がある場合は、お気軽にご相談ください。

四輪車関係

TEL.03-5511-2111

二輪車関係

TEL.03-5511-2113

広告表示に関する相談事例と考え方

新車関係

Q 年度末の決算に向け、お客様に興味を持って来店していただけるよう、「決算特価！価格は店頭発表！」とだけ表示し、来店していただいた方だけに価格を発表しようと考えているが、問題はありますか？

A 規約では、「特価」等価格が有利である旨を表示する場合には、その根拠となる販売価格（値引き前の価格及び値引後の価格）を表示することとなっていますので、本件のような表示を行うことはできません。

中古車関係

Q 当社は、展示場のスペースが少ないため、近くの空き地を借りて、展示場に展示することのできない在庫車を置いています。このような車両を広告掲載することは可能でしょうか？

A 時間を掛けないと店頭へ移動できない、もしくは、確認することができないような場合には、おとり広告（販売する準備がなされていない場合のその中古車の表示）に該当する可能性がありますので、該当する広告掲載車両には、「店頭展示はしていないので（別の場所に保管している）、現車確認の際は事前に連絡をいただきたい」旨を表示し、要望があったらすぐに車両を店頭へ移動するなどの対応をとることが必要となります。

当協議会では、月毎の受付相談件数や問い合わせ事例を紹介するとともに、広告作成担当の方々に広告出稿前の事前チェックを行っていただくためのチェックリストを掲載しておりますので、ご活用ください。

- ・ 広告宣伝に関する相談件数・ポイント <http://www.aftc.or.jp/contents/am/kiyaku/kokoku.html>
- ・ 広告宣伝を行う際のチェックリスト

【新車】 http://www.aftc.or.jp/content/files/am/press/shinsya_cl.pdf

【中古車】 http://www.aftc.or.jp/content/files/am/press/cyuko_cl.pdf

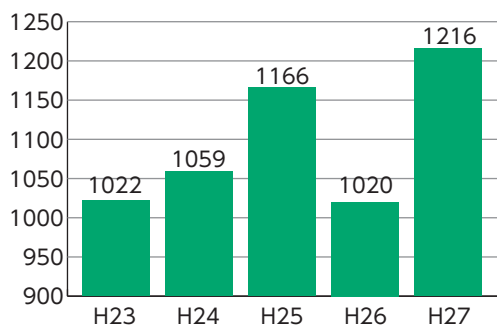
キャンセルに関する相談が増加しています

～平成28年度上半期の消費者相談受付状況～

平成28年度上半期（4～9月）の消費者相談受付件数は3,343件（対前年同期比約105%）で、四輪車関係が3,060件、2輪車関係224件、その他59件でした。また、総件数のうち、新車関係の相談受付件数は763件（対前年同期比約116%）、中古車関係の相談受付件数は2,030件（対前年同期比約104%）となっています。

相談内容別に見ると、新車・中古車ともに「不調・故障」に関する相談が最も多く、「キャンセル」に関する相談が続いています。特にキャンセルに関する相談は最近増加傾向にあります。会員事業者の皆様におかれましては、誤った説明をする等が無いよう十分ご注意ください。

四輪車関係(新車・中古車)の
キャンセルに関する相談件数の推移



消費者から寄せられた相談事例と対応の考え方

新車関係

Q お客様から「契約してから1ヶ月も経っていないのに金利が3%も下がっている。一度キャンセルして、下がった金利で再契約したい」と言われた。注文を受けた当初は、その後金利が下がることは知らなかった。キャンセルは受けなければならないのか。

A 販売店は、契約時に金利が下がることを知らず、また、お客様も「当分金利が下がらないから購入する」と伝えているわけでもありませんので、キャンセルを受ける必要はないものと考えられます。ただし、お客様が「当分金利が下がらないから購入する」と伝え、販売店もそれを承知していたにもかかわらず直後に金利が下がった場合、錯誤による無効が認められる可能性があります。

中古車関係

Q 先日、注文書を作成したお客様から「入院することになったからキャンセルしたい」と言われた。まだ登録や架装等には着手していないが、「注文書を作成しているのでキャンセルできない」と伝えたと、お客様は納得してくれない。

A 本件については、登録や架装等に着手していないことから、自販連・中販連標準約款に照らせば契約は成立前と考えられます。したがって、注文書を作成していることを理由にキャンセルすることはできないという説明は誤った説明であり、お客様からのキャンセルの申し出には応じなければなりません。

当協議会の消費者相談窓口では、事業者の方からの相談も受け付けています。トラブルの際には、法律的な考え方等をアドバイスさせていただきますので、ご活用ください。

自動車公取協 消費者相談窓口

TEL.03-5511-2115

受付時間：午前10:00～12:00 / 午後1:00～5:00

月～金(祭日を除く)

《二輪車関係ニュース》

YouTube動画による会員店PRを実施しています

— 公取協会員店で購入することの優位性を訴求 —

消費者がバイク選びやお店選びを行う際に、インターネットを用いる機会が多いことから、「会員店のプライスカードにはバイク選びに必要な情報を表示しているのだから、納得したバイク選びができる」旨の動画（30秒）を作成し、YouTubeに公開、会員店で購入することの優位性を訴求していきます。過去にバイクに関連するサイトを検索した方に、動画視聴前の広告動画として配信することにより、効果的なPRを実施します。

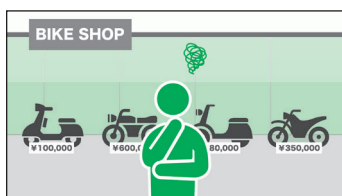
動画配信時期 平成29年1月10日～同年3月末 YouTubeの広告動画として配信

PR動画の内容 バイクの購入を検討する際に、展示車に価格だけしか表示されていないケースが見受けられます。しかし、公取協の会員店なら、保証の有無やモデルイヤー等、お客様に必要な情報をプライスカードに表示しているのだから、納得したバイク選びができます。

次のURLでご覧いただけます https://www.youtube.com/watch?v=__wh482DO5k

PR動画

イメージカット▶▶▶▶



オークション、情報誌の走行距離表示が規約に準拠した表示に統一されました

— 走行距離は規約に基づく4つの区分で表示 —

中古二輪車の走行距離は、販売店にとってもユーザーにとっても、そのバイクの価値やコンディションの判断材料として、とても重要なものです。

そこで、当協議会は、正しい走行距離の適正な表示により、安心してユーザーに購入いただくため、二輪車業界全体の協力に基づく走行距離表示適正化のための対応策を取りまとめ、平成28年10月より実施しています。

【走行距離表示適正化のための対応策のポイント】

- ① 走行距離の表示は、オークション出品、広告掲載、小売販売、いずれの場合も公正競争規約（表示のルール）に基づく4つの区分*で表示されます
- ② メーター交換時に、交換前・後のキロ数等を記入した「走行メーター交換記録シール」をフレームに貼付したバイクは、実際の走行距離数が見える「走行メーター交換歴車」として流通されます
- ③ メーター交換時の記録（交換前・後のキロ数等）の無いメーター交換車両は「走行距離減算車」として扱われます

※規約に基づく走行距離表示の4つの区分とは

<p>① 実走行距離 ⇒ メーター表示値相応の車両状態であり、車検証や整備記録簿から交換や減算の事実が認められない車両 表示例 走行距離数 15,000km</p>	<p>② 走行メーター交換歴車 ⇒ メーターを交換した際に、交換前・後のキロ数を表示した「走行メーター交換記録シール」が貼付されている車両 表示例 走行距離数 交換歴車km (交換前10,000km 交換後5,000km)</p>
<p>③ 走行距離減算車 ⇒ 整備記録簿やオークション履歴等で走行距離の減算が判明した車両 ⇒ <u>メーターが交換されているが、交換の記録がない車両</u> 表示例 走行距離数 減算車km</p>	<p>④ 走行距離疑義車 ⇒ 車検証や整備記録簿から交換や減算の事実が認められないが、車両状態からメーターの表示値が正しいと判断できない車両 表示例 走行距離数 ? km (不明)</p>

詳細については当協議会ホームページをご覧ください URL <http://www.aftc.or.jp/contents/mc/meter/index.html>